



Estudo de Prospecção de Mercado para Comercialização de Mel no Município de Mossoró

Natal/RN

Dezembro/2020



1. Metodologia da Pesquisa

Objetivo: Identificar a viabilidade de comercialização do mel produzido no município de Serra do Mel nas farmácias, mercadinhos e supermercados do município de Mossoró/RN.

Objetivos específicos: construir uma base de dados de empreendimentos que tem interesse de comercializar mel; compreender como funciona o mercado (tipo de mel, volume de compra, valor (R\$), fornecedor, tipo de embalagem, localização, período de reposição e forma de entrega do produto e subprodutos de mel); identificar como se dá o processo de seleção de fornecedores; Avaliar os fornecedores atuais; Entender as exigências e controle de qualidade do mel.

Tipo de pesquisa: Quantitativa por meio de formulário presencial;

Período de realização: outubro e novembro de 2020.

Número de respondentes: A amostra pesquisada compreende um total de 130 empreendimentos comerciais, sendo: 15 farmácias, 60 mercadinhos e 55 supermercados.

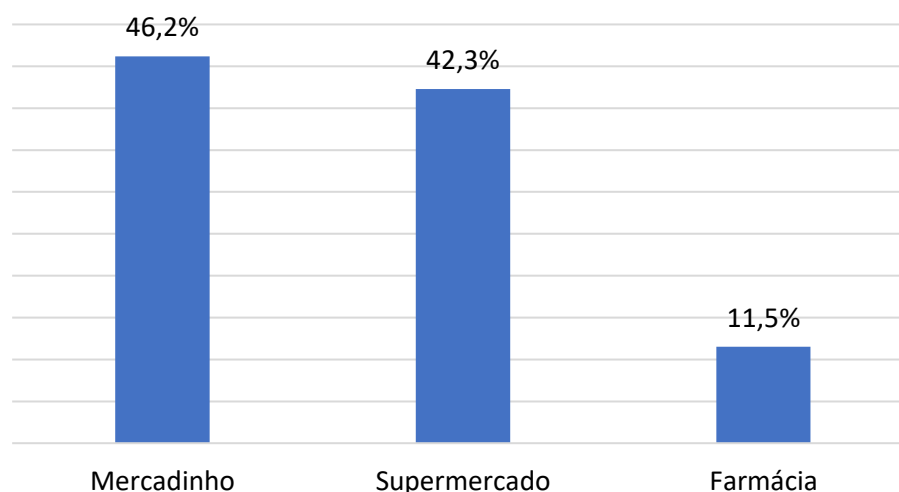
2. Resultados

Os resultados da pesquisa de prospecção de mercado para comercialização do mel no município de Mossoró/RN apresentam o perfil dos empreendimentos abordados, as informações referente ao mercado do mel e seus subprodutos, como é realizado o controle de qualidade do mel, a avaliação dos fornecedores, as principais exigências dos empreendimentos para comercialização do mel, e por fim, o nível de interesse em comercializar mel do município de Serra do Mel do Estado do Rio Grande do Norte.

2.1. Empreendimentos

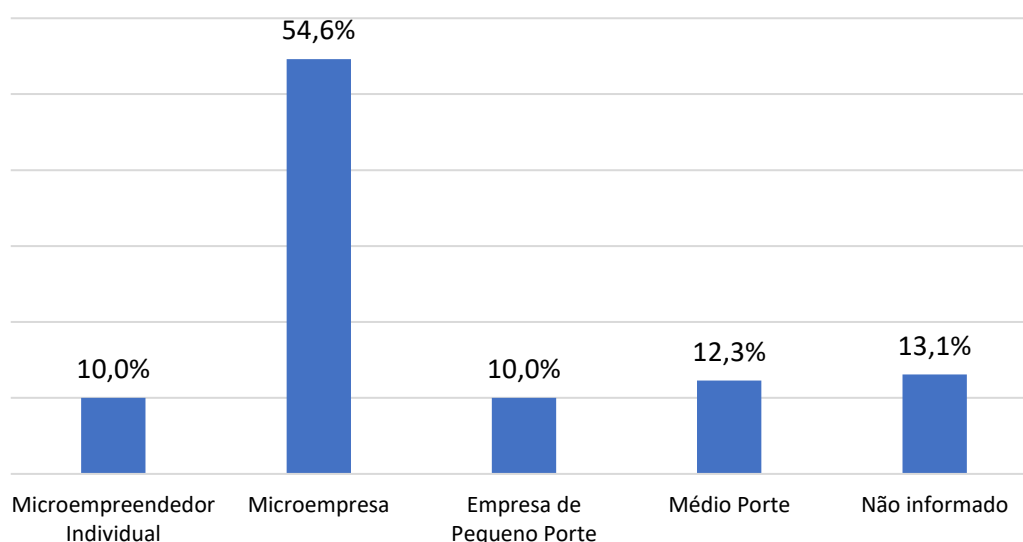
Com relação ao tipo de atividade das empresas abordadas na pesquisa, 46,2% são mercadinhos, 42,3% são supermercados e 11,5% são farmácias.

Gráfico 1 – Tipo de atividade



Quanto ao porte dos empreendimentos pesquisados a maioria se caracterizam como microempresas, representando 54,6% da amostra pesquisada. Ocorrendo ainda 10,0% de microempreendedores individuais, 10,0% de empreendimentos de pequeno porte e, ainda, 12,3% de empreendimentos de médio porte. Tem-se ainda que 13,1% não informaram o porte do negócio.

Gráfico 2 – Porte dos empreendimentos



No que se refere a localização dos empreendimentos pesquisados o foco da pesquisa ocorreu na cidade de Mossoró/RN, porém, em virtude dos negócios possuírem filiais em outras cidades a pesquisa transbordou para outras cidades do Rio Grande do Norte compreendendo os municípios de Assú, Afonso Bezerra, Angicos, Areia Branca, Caraúbas, Grossos, Ipanguaçu, João Câmara, Macau, Patu, Pendências, Porto do Mangue, São Gonçalo do Amarante, Serra do Mel e Tibau, como também, para municípios no Estado da Paraíba que foram Patos e São Bento.

A cidade de Mossoró compreendeu 82,3% dos empreendimentos pesquisados e os demais municípios 17,7% dos empreendimentos.

Tabela 1 – Localização dos empreendimentos

Municípios	Empreendimentos	Percentual (%)
Mossoró/RN	107	82,3
Assú/RN	6	4,6
Patos/PB	2	1,5
Afonso Bezerra/RN	1	0,8
Angicos/RN	1	0,8
Areia Branca/RN	1	0,8
Caraúbas/RN	1	0,8
Grossos/RN	1	0,8
Ipanguaçu/RN	1	0,8
João Câmara/RN	1	0,8
Macau/RN	1	0,8
Patu/RN	1	0,8
Pendências/RN	1	0,8
Porto do Mangue/RN	1	0,8
São Bento/PB	1	0,8
São Gonçalo do Amarante/RN	1	0,8
Serra do Mel/RN	1	0,8
Tibau/RN	1	0,8
Total	130	100,0

2.2. Mercado: comercialização do mel

Do total de empreendimentos pesquisados, aproximadamente 70% dos mercadinhos e supermercados comercializam o mel, tipicamente de abelha Italiana, e as farmácias não comercializam mel, no entanto, todas comercializam os subprodutos do mel que são o extrato de própolis e mel spray.

Tabela 2 – Empreendimentos que comercializam mel

Empreendimentos	Comercializa	Não comercializa
Mercadinho (60)	70,0%	30,0%
Supermercado (55)	70,9%	29,1%
Farmácia (15)	---	100,0%

Nota: Todas as farmácias comercializam subprodutos do mel.

O volume de mel adquirido por compra no conjunto de mercadinhos (607,2 kg) e supermercados (652,0 kg) totalizam 1.259,2 kg, com valor médio de 14,8 kg por mercadinho e de 22,4 kg por supermercado.

Para a quantidade mínima e máxima de mel comprado por empreendimento há grande variação, nos mercadinhos a quantidade mínima comprada é de 3kg até a quantidade máxima de 50 kg, enquanto que nos supermercados varia de no mínimo, 5kg, até o volume máximo de 150 kg.

Tabela 3 – Volume de mel comprado (Kg)

Estatísticas	Mercadinhos	Supermercados
Volume total	607,2	652,0
Média	14,8	22,4
Mínimo	3,0	5,0
Máximo	50,0	145,0

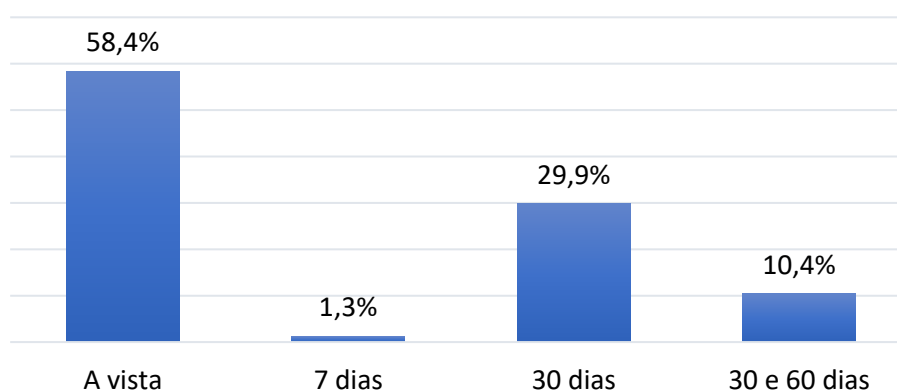
Quanto ao preço do mel por quilo adquire o valor médio nos mercadinhos equivale a R\$ 10,00 (dez reais) com valor mínimo de R\$ 6,00 (seis reais) até R\$ 15,00 (quinze reais). Já nos supermercados o valor médio é de R\$ 11,95 (onze reais e noventa e cinco centavos) com valor mínimo de R\$ 8,00 (oito reais) até o valor máximo de R\$ 17,00 (dezesete reais).

Tabela 4 – Preço do mel adquirido (R\$/kg)

Estatísticas	Mercadinhos	Supermercados
Média	R\$ 10,00	R\$ 11,95
Mínimo	R\$ 6,00	R\$ 8,00
Máximo	R\$ 15,00	R\$ 17,00

As principais formas de pagamento do mel adquirido são: à vista para 58,4% dos empreendimentos e pagamento para 30 dias para 29,9% dos empreendimentos. Há ainda, em menor percentual, pagamento parcelado para 30 e 60 dias em 10,4% dos empreendimentos e pagamento em 7 dias para 1,3% dos empreendimentos.

Gráfico 3 – Forma de pagamento



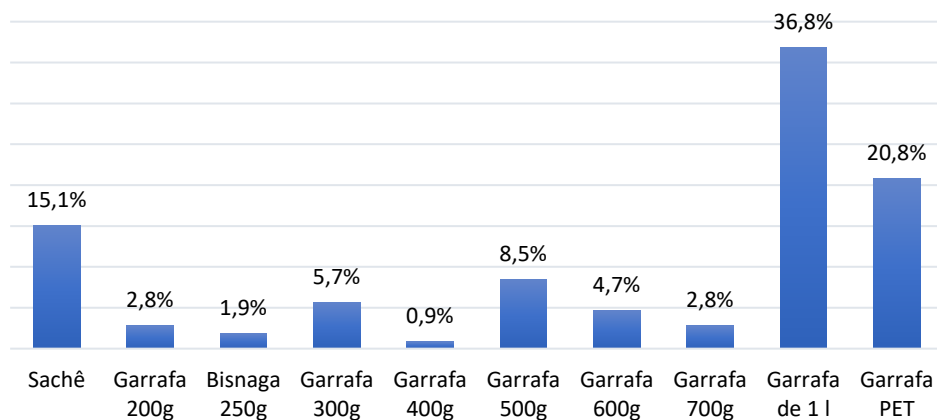
No que tange ao tipo de embalagem utilizada para comercialização do mel foram rastreados dez formatos de envase do mel, são: sachê, garrafa de 200g, bisnaga 250g, garrafa 300g, garrafa 400g, garrafa 500g, garrafa 600g, garrafa 700g, garrafa 1litro e garrafa PET.

Os tipos de embalagens que ocorre com maior frequência para envasamento do mel são:

- Garrafa de 1 litro (36,8%);
- Garrafa PET (20,8%);
- Sachê (15,1%).

Ainda, em menor frequência, ocorre: garrafa de 200g (2,8%), bisnaga 250g (1,9%), garrafa 300g (5,7%), garrafa 400g (0,9%), garrafa 500g (8,5%), garrafa 600g (4,7%) e garrafa 700g (2,8%).

Gráfico 4 – Tipo de embalagem



Os fornecedores de mel dos empreendimentos pesquisados estão listados na Tabela a seguir, sendo identificados fornecedores dos Estados do Rio Grande do Norte (92,31%), Paraíba (1,92%), Ceará (3,85%) e Santa Catarina (1,92%).

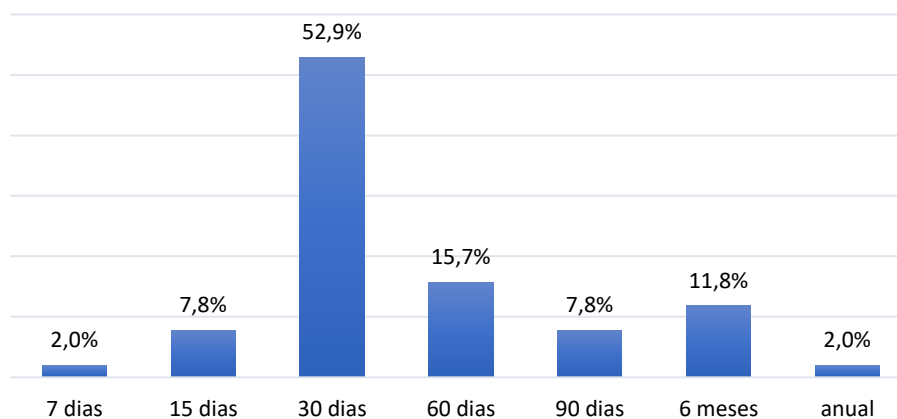
Tabela 5 – Fornecedores de mel

Fornecedores	Localização	Frequência	Percentual (%)
Agricultor familiar	Afonso Bezerra/RN, Alagoinha/PB, Assú/RN, Ipanguaçu/RN, Mossoró/RN, Serra do Mel/RN	22	42,3
Mel Flor da Terra	Gov. Dix-Sept Rosado/RN	6	11,5
Apiário Flora	Portalegre/RN	5	9,6
Atravessador	Mossoró/RN	3	5,8
Assentamento MAISA	Mossoró/RN	3	5,8
COBAL	Serra do Mel/RN	2	3,8
Distribuidora Natal	Natal/RN	2	3,8
Representante	Mossoró/RN	2	3,8
Mel da Vovó	Mossoró/RN	1	1,9
Mel Cabugi	Lajes/RN	1	1,9
Parente	Mossoró/RN	1	1,9
DA Colônia Distribuidora	Florianópolis/SC	1	1,9
Ideia	Fortaleza/CE	1	1,9
Distribuidora Estar Bem	Fortaleza/CE	1	1,9
Distribuidora "Empório" - Produtos naturais	Natal/RN	1	1,9
Total	----	52	100,0

São agricultores familiares 42,3% dos fornecedores de mel dos municípios de Afonso Bezerra/RN, Alagoinha/PB, Assú/RN, Ipanguaçu/RN, Mossoró/RN e Serra do Mel/RN; 11,5% do fornecimento de mel é realizado pela empresa “Mel Flor da Terra” localizada no município de Governador Dix-Sept Rosado/RN e 9,6% do apiário Flora situado no município de Portalegre/RN.

O período de reposição do mel nos empreendimentos é bem variado, indo de 7 dias até 1 ano. No entanto, em 52,9% dos empreendimentos o período de reposição do mel ocorre a cada 30 dias, seguidos pelo período de 60 dias em outros 15,7% dos empreendimentos, sendo estes os períodos de maior frequência.

Gráfico 5 – Período de reposição do mel

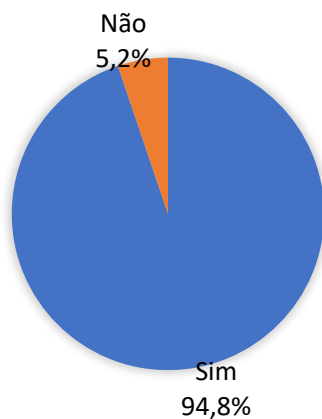


Em todos os empreendimentos (100,0%) a forma entrega do mel adquirido é feita no ponto de venda, sejam, mercadinhos ou supermercados.

2.3. Controle de qualidade do mel

No que tange a preocupação com a qualidade do mel comercializado pelos empreendimentos foi verificado que 94,8% dos respondentes se preocupam com a qualidade do mel e 5,2% informaram que não se preocupam com a qualidade do mel adquirido para comercialização.

Gráfico 6 – Há preocupação com a qualidade do mel

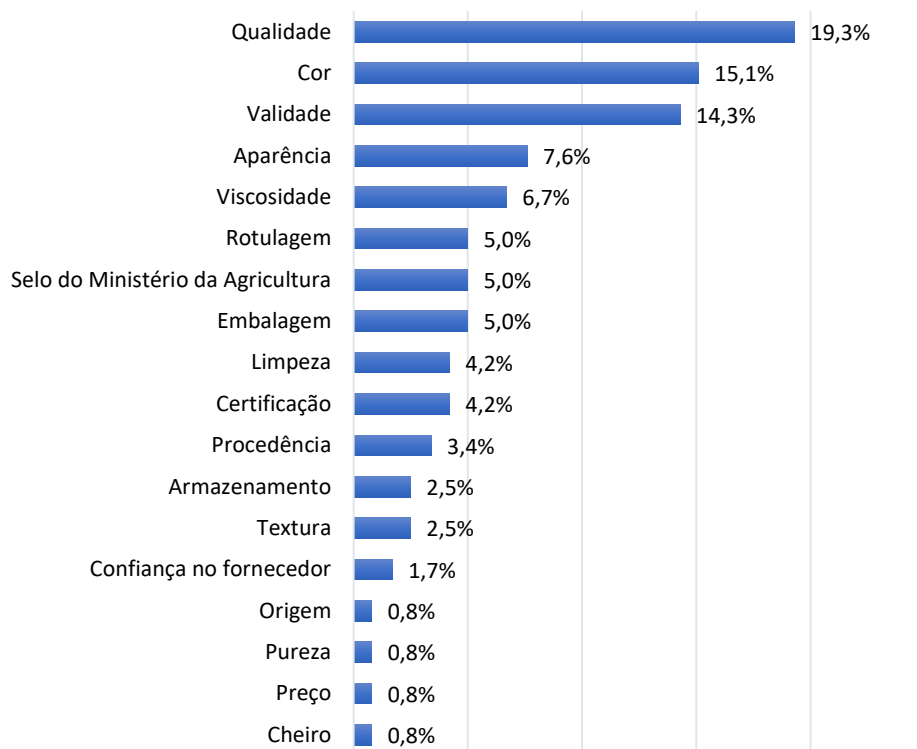


Os itens observados para a realização do controle de qualidade do mel são:

- Qualidade (19,3%);
- Cor (15,1%);
- Validade (14,3%).

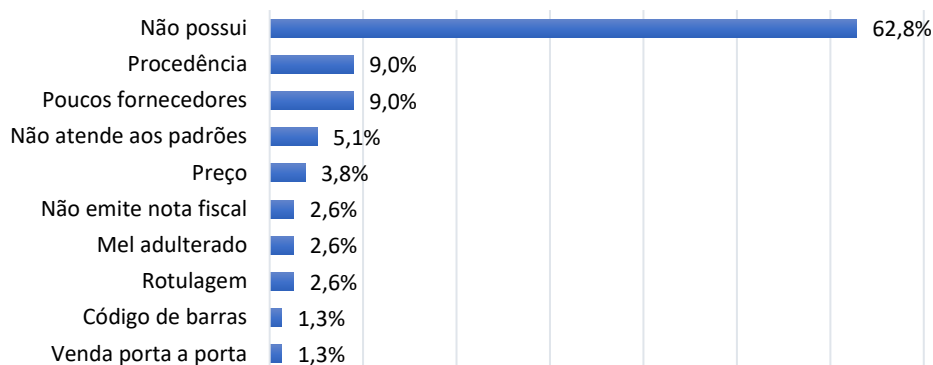
Outros pontos observados, porém, em menor percentual são: aparência (7,6%), viscosidade (6,7%), rotulagem (5,0%), ter selo do ministério da agricultura (5,0%), embalagem (5,0%), limpeza (4,2%), possuir certificação (4,2%), procedência (3,4%), armazenamento (2,5%), textura (2,5%), confiança no fornecedor (1,7%), origem (0,8%), pureza (0,8%), preço (0,85) e cheiro (0,8%).

Gráfico 7 – Forma de realização do controle de qualidade do mel



Sobre a existência de problemas na aquisição do mel, 62,8% dos empreendimentos informaram que não possuem problemas. Porém, 37,2% apontaram que existem problemas, destacando as seguintes ocorrências: procedência (9,0%), poucos fornecedores (9,0%), não atende aos padrões (5,1%), preço (3,8%), não emite nota fiscal (2,6%), mel adulterado (2,6%), rotulagem (2,6%), ausência de código de barras (1,3%) e venda porta a porta (1,3%).

Gráfico 8 – Problemas na aquisição de mel

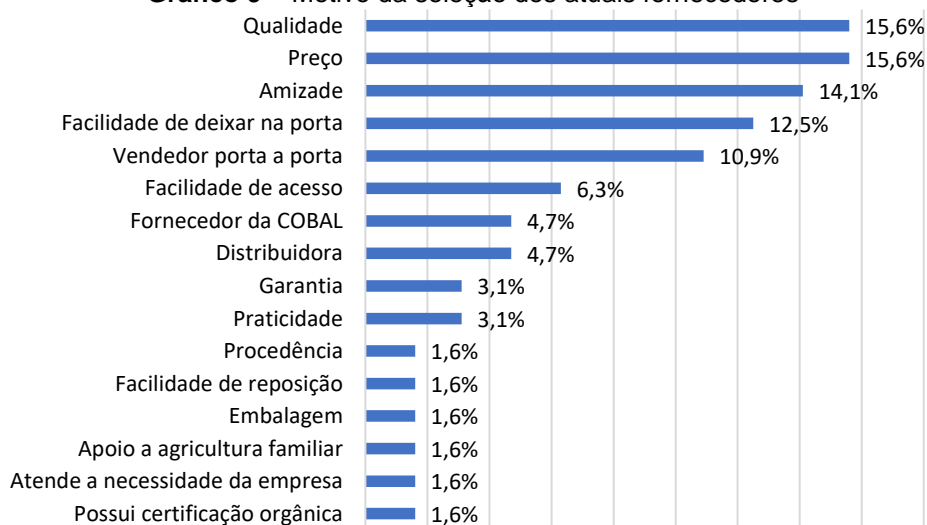


2.4. Fornecedores de mel

Os principais motivos da seleção de fornecedores atuais são:

- Qualidade (15,6%);
- Preço (15,6%);
- Amizade (14,1%);
- Facilidade de deixar na porta (12,5%);
- Vendedor porta a porta (10,9%).

Gráfico 9 – Motivo da seleção dos atuais fornecedores

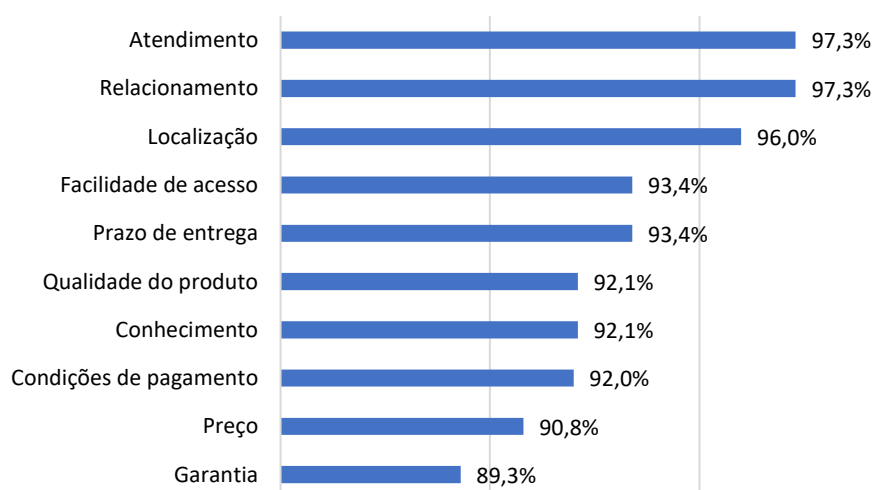


Outros itens levados em consideração são: facilidade de deixar na porta (7,8%), fornecedor da COBAL (4,7%), distribuidora (4,7%), garantia (3,1%), praticidade (3,1%), procedência (1,6%), facilidade de reposição (1,6%), embalagem (1,6%), apoio à agricultura familiar (1,6%), atende a necessidade da empresa (1,6%) e possuir certificação orgânica (1,6%).

Os atuais fornecedores de mel foram bem avaliados segundo os seguintes critérios:

- Atendimento (97,3%);
- Relacionamento (97,3%);
- Localização (96,0%);
- Facilidade de acesso (93,4%);
- Prazo de entrega (93,4%);
- Qualidade do produto (92,1%);
- Conhecimento (92,1%);
- Condições de pagamento (92,0%);
- Preço (90,8%);
- Garantia (89,3%).

Gráfico 10 – Avaliação dos fornecedores de mel

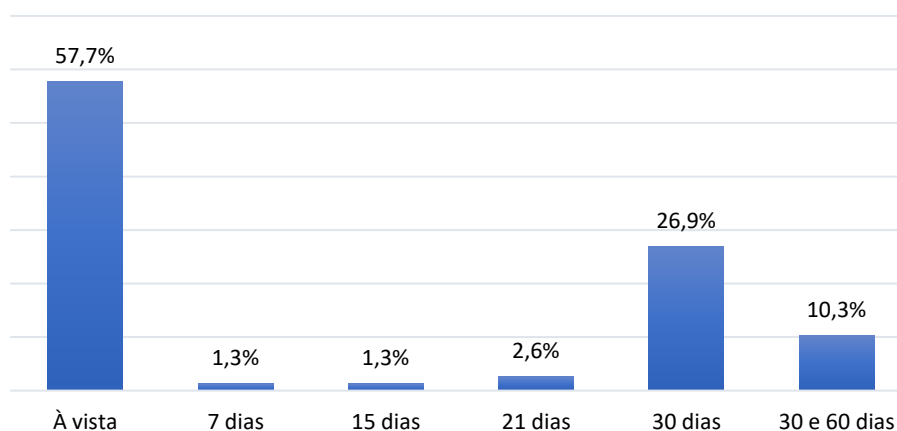


Quadro 1 – Critérios de avaliação dos fornecedores

Critérios	Escala de avaliação				
	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
Localização	16,0%	80,0%	4,0%	--	--
Facilidade de acesso	35,5%	57,9%	6,6%	--	--
Atendimento	21,3%	76,0%	2,7%	--	--
Qualidade do produto	31,6%	60,5%	7,9%	--	--
Prazos de entrega	18,4%	75,0%	6,6%	--	--
Condições de pagamento	25,3%	66,7%	8,0%	--	--
Garantia dos produtos	28,0%	61,3%	10,7%	--	--
Relacionamento	20,0%	77,3%	2,7%	--	--
Conhecimento do produto	23,7%	68,4%	6,6%	1,3%	--
Preço	7,9%	82,9%	9,2%	--	--

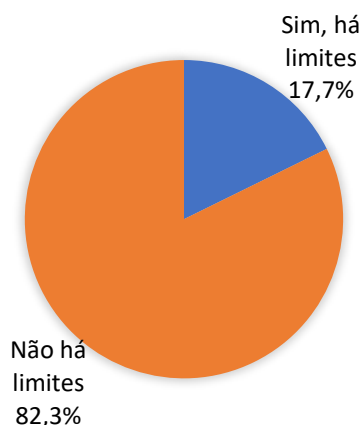
Com relação ao prazo de pagamento dos fornecedores de mel as modalidades de maior frequência é o pagamento à vista segundo 57,7% dos empreendimentos, com prazo de 30 dias para outros 26,9% dos empreendimentos e ainda parcelado em 30 e 60 dias para 10,3% dos pesquisados.

Gráfico 11 – Prazo de pagamento aos fornecedores



Para 82,3% dos empreendimentos não há limite para o número de fornecedores de mel, enquanto que 17,7% afirmaram que sim, existe limite no número de fornecedores que é de no máximo 03 (três).

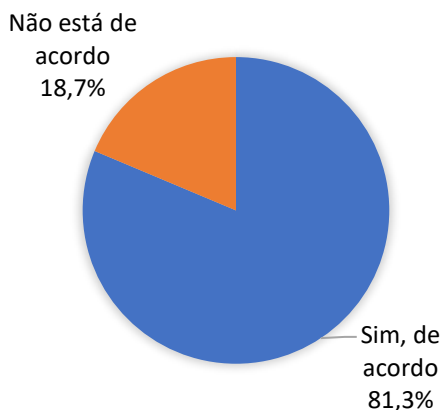
Gráfico 12 – Existe limite de fornecedores de mel



O mel adquirido está de acordo com a necessidade de mercado para 81,3% dos empreendimentos e 18,7% relataram que o mel adquirido não está de acordo relatando que há problemas de rotulagem, ausência de certificação, falta de composição nutricional na embalagem, falta de código de barras e não emissão de nota fiscal.

O mel adquirido está de acordo com a necessidade de mercado para 81,3% dos empreendimentos e 18,7% relataram que o mel adquirido não está de acordo relatando que há problemas de rotulagem, ausência de certificação, falta de composição nutricional na embalagem, falta de código de barras e não emissão de nota fiscal.

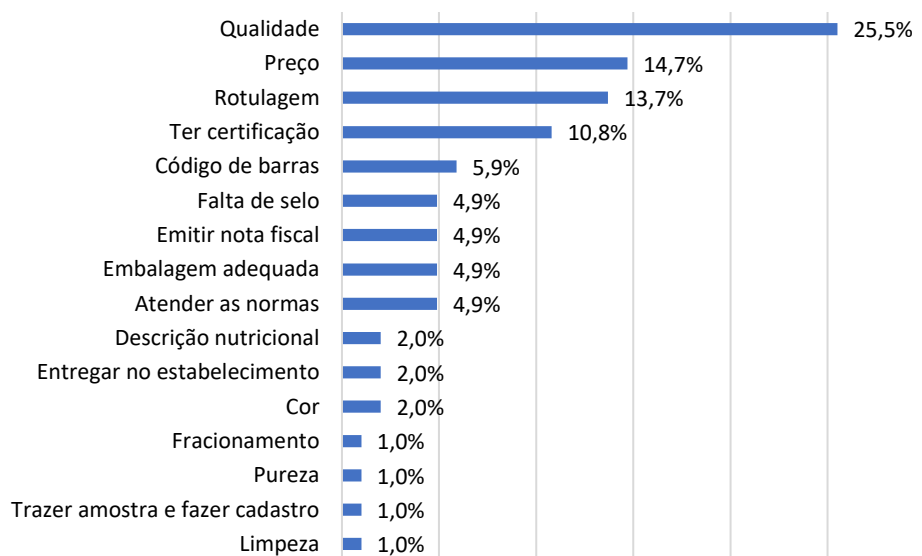
Gráfico 13 – O mel adquirido está de acordo com a necessidade de mercado



Para se tornar um novo fornecedor de mel as exigências são:

- Qualidade (25,5%);
- Preço (14,7%);
- Rotulagem (13,7%);
- Ter certificação (10,8%).

Gráfico 14 – Exigências para se tornar um novo fornecedor



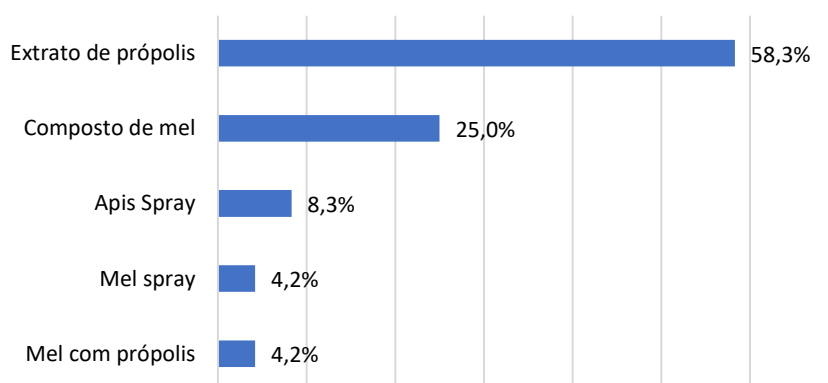
Outros pontos apontados na pesquisa em menor percentual são: código de barras (5,9%), falta de selo (4,9%), emitir nota fiscal (4,9%), embalagem adequada (4,9%), atender as normas (4,95), descrição nutricional (2,0%), entregar no estabelecimento (2,0%), cor (2,0%), fracionamento (1,0%), pureza (1,0%), trazer amostra e fazer cadastro (1,0%) e limpeza (1,0%).

2.5 Subprodutos do mel

Com relação a comercialização de subprodutos de mel, verificou que todas as farmácias (15 estabelecimentos), 04 mercadinhos e 03 supermercados comercializam subprodutos, totalizando 22 empreendimentos.

Os subprodutos comercializados são: extrato de própolis (58,3%), composto de mel (25,0%), apis spray (8,3%), mel spray (4,2%) e mel com própolis (4,2%).

Gráfico 15 – Subprodutos de mel comercializados



Nota: As farmácias comercializam extrato de própolis/apis spray, mel spray. Os mercadinhos e supermercados comercializam o composto de mel e o mel com própolis.

A Tabela abaixo apresenta a descrição dos subprodutos que são comercializados pelos empreendimentos, volume de compra, forma de pagamento do produto e o tipo de embalagem.

Tabela 6 – Descrição dos subprodutos comercializados

Subprodutos	Volume de compra	Valor (R\$/kg)	Pagamento	Embalagem
Extrato de própolis	1 kg	60,00	30 e 60 dias	Embalagem de 20 ml
Composto de mel	4 Kg	3,50	30 dias	Garrafa plástica
Apis spray	1,5 kg	3,80	30 dias	Embalagem de 30 ml
Mel spray	500 g	3,70	30 dias	Embalagem de 30 ml
Mel com própolis	1 kg	13,00	7 dias	Garrafa plástica

Todos os subprodutos adquiridos são entregues no ponto de venda e o prazo de reposição dos produtos é variável, ou seja, não há um prazo fixo, vai depender da saída de cada produto.

O mel composto e o mel com própolis são comprados de vendedores porta a porta e o extrato de própolis, apis spray, mel spray são adquiridos pela Distribuidora Globo do Estado do Paraná, Bella Belha do Estado de São Paulo e da Farmacêutica do Estado de Minas Gerais.

2.6 Comercialização do Mel de Serra do Mel

Do total de empreendimentos pesquisados, 92,7% têm interesse em comprar mel da Serra do mel, mesmo aqueles que ainda não comercializam. Apenas 7,3% citaram que não tem interesse.

O grupo que não têm interesse (7,3%) na aquisição do mel cita que o preço de mercado do produto é bastante elevado, não tem demanda e que o principal problema para a comercialização do mel é o produto que é vendido de forma informal porta a porta.

Os empreendimentos que tem interesse em comercializa o mel de Serra do Mel aponta a necessidade de realizar divulgação dos benefícios do mel, produzir um mel de qualidade, atender as normas e exigências sanitárias de mercado e vender por consignação.

Gráfico 16 – Interesse em comprar o mel de Serra do Mel



Observações:

- Seria importante comercializar o mel fracionado;
- Deve atender as normas e padrões de mercado;
- Emitir nota fiscal;
- Realizar divulgação dos benefícios do mel porque tem uma baixa procura;
- Há falta de fornecedores;
- O mel deve ter vários tipos de embalagens, rótulo, código de barras e informações nutricionais;
- Produzir balas de mel.



3. Considerações finais

Hoje cerca de 70% dos mercadinhos e supermercados pesquisados comercializam o mel de abelha italiana produzido por agricultores familiares ou distribuidoras do Rio Grande do Norte em sua maioria. O valor médio de compra é de R\$ 11,00 e o pagamento na maioria dos casos à vista ou para 30 dias e o período de reposição ocorre a cada 30 dias com maior frequência. O volume de mel adquirido pelos mercadinhos e supermercados é pequeno principalmente pela pequena demanda pelo produto. No caso das farmácias, especificamente, são comercializados subprodutos de mel, como o própolis, por exemplo.

Para comercializar mel para esses estabelecimentos a entrega do produto deve ser feita do ponto de venda, e o controle de qualidade realizado pelos donos dos empreendimentos ocorre principalmente pela identificação da qualidade, cor e validade do produto sem critérios técnicos que validem essas características, sendo relatado que não há problemas na aquisição do mel.

O processo de seleção dos atuais fornecedores se dá pela qualidade do produto fornecido, preço do produto, amizade com o fornecedor e a facilidade de deixar na porta, enfatizando que muitos dos fornecedores são vendedores porta a porta e não número máximo de fornecedores.

O resultado da pesquisa de prospecção de mercado aponta para a viabilidade de comercialização do mel produzido em Serra do Mel. Porém, algumas ressalvas são importantes serem observadas. Há necessidade da elaboração de um plano de marketing para comercialização do mel, com foco nos benefícios do consumo de mel para o consumidor como forma de estimular/despertar a necessidade pelo consumo do produto.

Atender aos padrões de mercado é uma prioridade, mesmo atualmente, ocorrendo a compra de produtos sem muitos critérios legais definidos. Para se tornar um novo fornecedor é importante ter um produto de qualidade, preço acessível, rotulagem e certificação.